

Biophilia

A composição do
ambiente doméstico contemporâneo

Pedro Sena

Biophilia

A composição do
ambiente doméstico contemporâneo

Pedro Sena
090012313

Orientador
Prof. Francisco Leite Aviani

Banca
Ana Cláudia Maynardes
Shirley Gomes Queiroz

Brasília, Dezembro 2014

INTRODUÇÃO	4
CONTEXTUALIZAÇÃO METODOLÓGICA.....	7
CONTEXTUALIZAÇÃO TEMÁTICA.....	10
EXPLORAÇÃO DO TEMA SOB A ÓTICA DE DESIGN.....	11
CONCEITUAÇÃO.....	14
O PÚBLICO.....	15
O AMBIENTE	16
FILOSOFIA DE PROJETO	16
TENDÊNCIAS E ESTILO	17
PROCESSO EXPLORATÓRIO (DESENVOLVIMENTOS INICIAIS)	18
IDEAÇÃO I	20
IDEAÇÃO II.....	21
IDEAÇÃO III.....	22
IDEAÇÃO IV	23
IDEAÇÃO V.....	25
CONCLUSÕES	28
BIBLIOGRAFIA CONSULTADA.....	29

*“Si ce n’est pas compris,
inutile d’expliquer.”*

Jean Prouvé

Introdução

A intenção deste projeto acaba sendo um tanto plural. Talvez seja possível inclusive falar em *intenções* do projeto. Sendo um trabalho acadêmico, se faz necessária uma série de validações e contextualizações para que o que for discorrido aqui seja útil e válido não só como um projeto de conclusão de curso, mas também como documento de registro de processos e criação dentro do contexto de produção em design. Ou seja, a primeira intenção deste projeto é registrar as possibilidades do processo criativo dentro da esfera do objeto industrial, pensado para a produção em escala – mesmo que reduzida – e contextualizado no mundo contemporâneo. Naturalmente, tal contextualização pode soar um tanto genérica. Ainda sim essa afirmação se faz necessária visto que o processo em design pode assumir diversas formas. O que é pretendido dizer com essa declaração é: o presente projeto assume um caráter de adequação aos meios de comércio, vivência e condições de uma determinada parcela da população mundial no presente século, ou ainda, mais especificamente, neste curto espaço de tempo compreendido entre as duas primeiras décadas deste início de século. Estando intimamente ligado à tendências e estilo de vida (ao menos no que concerne à esta abordagem específica da disciplina), a criação em design se mostra muitas vezes extremamente dinâmica: exatamente por ser plural e amorfa, em constante mudança, a disciplina se perde enquanto campo de estudos objetivos (principalmente em contextos acadêmicos). Sugere-se aqui que tal fato não seja exatamente positivo ou negativo. Se trata apenas de uma realidade que deve ser entendida em sua complexidade e – isto se faz de extrema importância – *abordada subjetivamente*. O

que é conversado aqui pode ser expandido a inúmeras áreas da vivência humana. Conversamos sobre objetos, filosofia e entendimento de mundo. Sobre como as pessoas se comportam e quais são suas necessidades, hoje. Amanhã serão pessoas diferentes e contextos diferentes. Fica então sugerido aqui abordar o presente projeto sob uma ótica humanista: design não é uma ciência; é, antes de tudo, a soma de diferentes setores da vida, tanto individuais quanto coletivos. O conteúdo discorrido nas próximas páginas não se trata equações, matemáticas ou uma setorização da realidade em termos concretos e imutáveis. Naturalmente, conclusões serão feitas, mas sob uma ótica pessoal. Àqueles que se interessarem pela leitura deste relatório fica a sugestão de desenvolverem suas próprias ideias e conclusões. *Gaps* no conteúdo apresentado aqui devem ser entendidos como um convite à intervenção de terceiros no desenvolvimento do tema.

Em um outro parêntese, a ideia de exploração e registro das possibilidades do processo criativo toca a esfera particular do ambiente acadêmico e do espaço de exploração livre. A produção criativa seria – entenda-se como *criativa* a ação de materializar algo intelectualmente no espaço do mundo externo e coletivo, a ser usufruído e apreendido por mais de uma pessoa de maneira coerente e satisfatória, independente de abstrações solipsistas e individuais – em qualquer âmbito (seja este o campo literário, as artes plásticas, o meio econômico ou mesmo dentro de grandes empresas) é necessariamente calcada na experiência e em um jogo de tentativas e erros. Diferentes ferramentas e modos de procedência foram utilizados no desenvolvimento deste pequeno projeto que compreendeu cerca de algumas semanas efetivas de trabalho.

A segunda intenção do trabalho corresponde à elaboração do conceito do projeto. Linearmente, estes pontos compreendem a origem e a justificativa do projeto enquanto produto. Entretanto, visto que o processo de criação e contextualização em si têm um peso acadêmico maior – uma vez que se trata de um modo de proceder, independente do tema abordado – este relatório terá como foco este último. Assim, a apresentação presencial final e o documento projetado durante a mesma devem ser entendidos como complementares a este presente relatório descritivo. O documento digital apresentado presencialmente discorre sobre o conceito final e o produto em si, adequado à proposta inicial e à contextualização sugerida pela temática abordada, enquanto o relatório descritivo terá como foco, mais uma vez, o processo geracional e administrativo de ideias em criação em design.

Contextualização Metodológica

A ideia de *contextual design* como sugerida pela Design Academy Eindhoven, localizada na cidade de mesmo nome, figura como um ponto de apoio para a abordagem pessoal escolhida para o desenvolvimento do projeto¹:

In daily life we are surrounded by a great variety of things, ranging from functional tools, technical devices, furniture, tableware, utensils, to decorative objects, seemingly devoid of functionality. Each performs according to its characteristics, the expectations of the user, and the aims of the designer. Each also contains additional layers of meaning that exceed the intended functionality. Those meanings consist of the memories we link to objects, the subtle or outspoken messages that hide in them, and they consist of the silent signs of the times, such as the traces of the production process, the craft, technical innovations, cultural influences, and aesthetic preferences. Things not only realize their functionality, but they also reveal the values we hold dear. They represent who we are, how we live and work in the here and now.

A designer can deploy this multi-layered potential of daily objects. Similar to how a painter uses the canvas to express his ideas and dreams, every new chair, table, vase, and even every high tech tool can become the canvas for the designers' views on functionality, and the designers' views on the cultural and social contexts in which it might find a valid home. As time is in constant flux, we can never rely on a given idea of what design is. (...)

Tal abordagem aproxima a produção em design da produção das artes visuais no sentido em que valoriza o posicionamento pessoal do indivíduo responsável pelo projeto. Aqui a ideia de design autoral assume não apenas o lugar-comum do designer

¹<http://www.designacademy.nl/Study/Master/General/ContextualDesign.aspx>

enquanto livre criador: ao contrário, estipula novas restrições uma vez que chama para a responsabilidade desse designer questões culturais, sociais e/ou filosóficas.

Ainda próximo desta abordagem, sugere-se aqui a apropriação da ideia do objeto enquanto *modelo*, trabalhada por Jean Baudrillard, mais especificamente em *O Sistema dos Objetos* (1968)²:

(...) o modelo seria como uma essência que, dividida e multiplicada pelo conceito de massa, iria dar na série. Seria como um estado mais concreto, mais denso do objeto, que se veria em seguida cunhado, difundido em uma série à sua imagem.

Entretanto, não é um objetivo aqui o desenvolvimento da ideia em Baudrillard. Ao contrário, esta apropriação do termo procura na verdade degradá-lo em uma aplicação simplória e banal que, muito embora, servirá aos propósitos aqui estabelecidos.

O conceito de modelo percorrido por Baudrillard (2012) pode ser sumariado nessa essência ideal que descreve algo próximo do conceito platônico da perfeição do objeto puro no plano das ideias. A apropriação do termo definirá no nosso contexto algo mais diverso, fazendo uso apenas da ideia geral do processo de desenvolvimento da série a *partir do modelo*: o que nos interessa de fato é pensar o produto ou produtos desenvolvidos no contexto deste projeto como produtos/objetos conceituais que atendem à um chamado ideal do objeto, e não como produtos serializados e disponíveis para a produção e consumo em massa. Naturalmente que a intenção do

²BAUDRILLARD, Jean. *O Sistema dos Objetos*. 1. Reimpr. da 5. ed. de 2009 ; p. 151-152. Editora Perspectiva – São Paulo, 2012

fazer em design deve ser o consumo (ponto esse extremamente importante para o próprio entendimento do que vem a ser design), mas fica reservado aqui o direito dos produtos resultantes desse projeto serem direcionados a um mercado ideal e restrito a alguns poucos, mercado esse talvez muito próximo daquele frequentado pelos curadores ou consumidores de arte contemporânea. Em um segundo momento, pode-se argumentar que ocorreria esta serialização do modelo, aonde as características do produto final desenvolvido aqui diluir-se-iam na produção da economia em escala.

Dentro da conformação sugerida acima, nesta ambientação entendida no âmbito deste trabalho daqui em diante como *contextual design*, encontramos a possibilidade de nos conformarmos ainda mais optando por um caminho traçado por uma demanda externa, empresarial talvez, que estipule os parâmetros para o desenvolvimento do projeto, ou podemos optar pelo caminho entendido como *autoral*, aonde esses mesmos parâmetros seriam definidos pelo responsável ou grupo de responsáveis pelo projeto. Em um primeiro momento é o segundo caminho o que melhor descreve a abordagem aqui utilizada. Entretanto, algumas ressalvas devem ser colocadas.

Mesmo que estes parâmetros conformadores do projeto sejam definidos por um indivíduo e influenciados por uma visão de mundo pessoal, sem a intervenção de uma demanda criada por terceiros, ainda assim existe um esforço para que o tema e os requisitos de projeto sejam impessoais e objetivos, embasados em observações e em contextos coerentes e adequados ao momento contemporâneo. Somado a isso encontra-se ainda todo um posicionamento mercadológico e econômico que não pode

ser desvincilhado da produção em design. A simples rotulação de um projeto nestas conformidades sob o título de design autoral dificilmente faz justiça a tal esforço.

Contextualização Temática

O crescente fluxo de informação e bens característico do mercado globalizado contemporâneo promove efeitos muito além da esfera econômica. A dinâmica do mercado é ao mesmo tempo efeito e causa de uma dinâmica social muito mais complexa e abrangente. Nós pensamos de acordo com o consumo, o gasto, as finanças e a produtividade. O estilo de vida não se separa da vida econômica. O que é observado então no comportamento humano quando uma crise econômica se faz presente? O que ocorre em um nível individual? Tais questões certamente abrangem áreas de conhecimento das mais diversas, e sua complexidade muito provavelmente as impede de serem respondidas de maneira simples e redutora. Entretanto, a soma de uma maior consciência a respeito da máquina econômica e uma crescente facilidade de acesso a lugares a informações parece ser um propulsor de estilos de vida mais dinâmicos e instáveis, ao menos ao que tange o aspecto da vida doméstica e à ideia de casa. Indivíduos livres para se locomover e ao mesmo tempo conscientes de suas finanças constituem um grupo com demandas específicas e levantam questionamentos à respeito da ideia tradicional relativa à domesticidade e à identidade.

Tais questionamentos, aliados à uma demanda real de produtos para vida nômade contemporânea de alguns grupos demográficos inspiraram a criação de uma marca dedicada à reinterpretação do ambiente doméstico e do indivíduo que o habita. Sob o

nome de Biophilia – derivado dos trabalhos de Eric Fromm (1964) ³ sobre a necessidade subconsciente dos seres humanos de se conectarem a outros sistemas vitais – a intenção da marca é atuar entre os campos de acessórios para casa e moda, trazendo para o mesmo âmbito o nível doméstico e individual de vivência. O produto final deste projeto constitui o primeiro desenvolvimento de objetos adequados à esse conceito em bens de consumo e deve ser entendido como parte de uma série de produtos a serem desenvolvidos sob essa mesma filosofia de design, associada à marca em questão.

Exploração do tema sob a ótica de design

A abordagem da temática entendida aqui como nomadismo contemporâneo não é original. Entre os projetos selecionados como estudo de caso para um estudo mais aprofundado do tema sob a ótica do design, podemos perceber dois tipos principais de abordagem. A primeira se refere à abordagem tecnicista, ou seja, a objetos que se adequem tecnicamente ao estilo de vida em questão. Os pés de mesa desenvolvidos pelo estúdio VeryVery Gold (fig1) podem ser facilmente dobrados e carregados nos ombros, se adequando perfeitamente à anatomia do corpo uma vez encaixados nas costas. O foco aqui é a solução técnica para facilitar o transporte.

³FROMM, Erich. *The Heart of Man*. Harper & Row - 1964

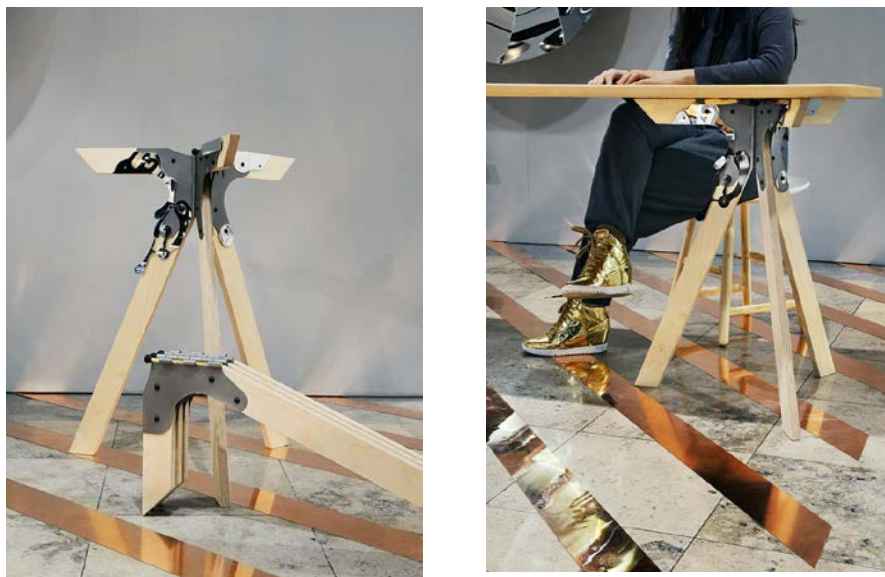


Fig. 1. Estúdio VeryVery Gold – Stockholm Furniture Fair 2014

Uma segunda abordagem tem como foco o que será chamado aqui de caráter narrativo da peça: as soluções focam-se menos no caráter técnico e prático para trazer à atenção



Fig. 2. Domestica – Studio Formafantasma

outros pontos que possam ser mais abstratos e sugerir ao usuário ou observador novos meios de proceder.

Estas duas abordagens constituem meios muito restritos de catalogação, visto que, naturalmente, ambas estão inseridas uma na outra e não existe objeto que possa ser categorizado em apenas uma dessas opções. Entretanto, não figura como um objetivo aqui discorrer longamente sobre o caráter destas propostas, mas sim entender que estes dois parâmetros podem ser mantidos em mente durante o processo de design proposto aqui.

Sob esta ótica, trazemos para o debate o segundo embasamento teórico (após a noção de modelo de Baudrillard) : a ideia de objeto alado em James Hillman (2009), ou do objeto provido de características psicológicas passíveis de serem analisadas objetivamente. Este conceito, assim como o de Baudrillard (2012), será apropriado de forma a se adequar à proposta que discutimos até aqui. O que utilizaremos de Hillman constitui apenas um ponto de partida para um maior entendimento da segunda abordagem explicitada acima, uma vez que sugere a presença de interpretações potenciais do caráter do objeto: podemos inferir da cadeira do duo Formafantasma (fig 2.) que existe um nível além da matéria presente nos produtos cotidianos. Neste sentido, o que pode ser utilizado deste pequena análise à luz do conceito de Hillman é que, havendo um âmbito psicológico - além do concreto - nos objetos, podemos ao menos tentar fazer uso dos mesmos para a composição de ambientes mais harmônicos ou de sujeitos mais tranquilos, por exemplo. Assim, as nossas ferramentas para atender a esses objetivos são os materiais, as paletas de cores e os rituais envolvidos no objetos. Certamente que atingir esses alvos tão abstratos requer experiência, entendimento da cultura e do contexto social no qual se trabalha e uma infinidade de outros fatores. Mas a própria sugestão de Hillman de que existe um âmbito

psicológico nos objetos confere ao designer ao menos a responsabilidade de tratar este âmbito com seriedade e refletir sobre os rituais, atitudes e visões de mundo que o mesmo projeta em seus trabalhos.

Conceituação

O desenvolvimento do conceito adotado para a marca foi resultado de uma série de experimentações e ideações ao longo das semanas de projeto. Embora seja vinculado aqui em sua estrutura final, vários modelos anteriores foram descartados uma vez que não correspondiam à estrutura de trabalho em desenvolvimento.

Fig. 3. Conceito em mapa



O ponto de partida para a conceitualização é o *statement* “objetos são ferramentas para a construção de um estilo de vida”, que figura como uma âncora base para as definições do conceito. A estrutura desta ferramenta de conceitualização pode, naturalmente, ser aplicada à qualquer contexto, daí o caráter generalista do *statement* inicial. Embora genérico, a afirmação inicial elabora ao valor central do conceito a ser definido: é ao redor dela que os outros parâmetros serão desenvolvidos.

Os outros pontos de interesse para a construção conceitual correspondem a: o público; o ambiente; a filosofia de projeto (palavras-chave); tendências (estilo) e; literatura.

O Público

Para um melhor recorte e objetividade do projeto define-se como público indivíduos com uma orientação *feminina* e *dinâmica*. Estes termos de modo algum fazem referencia à gênero, classe ou idade. O que é de fato indicado aqui é a orientação destes indivíduos a valores tradicionalmente vinculadas ao universo feminino: inclinações à domesticidade, família e ao cuidado (*nurturing*) . A utilização do termo “feminino” ocorre devido à ausência de termo mais apropriado.

Do mesmo modo o termo “dinâmico” pode ser associado a pessoas de qualquer faixa etária, visto que compreendam o estilo de vida sugerido nos tópicos anteriores: indivíduos sujeitos a mudanças constantes e em constante movimento.

O Ambiente

O ambiente definido como contexto para o projeto é, como explicitado anteriormente, o ambiente doméstico. Naturalmente, o ambiente doméstico assume diversos formatos e é esta pluralidade que de certa forma promove a ideia de um projeto visando a reinterpretação deste mesmo conceito. Entende-se por ambiente doméstico aquele no qual as ideias de privacidade e proteção prevalecem. A casa é o ambiente de intimidade e tranquilidade, independente das configurações em que se apresente.

Filosofia de Projeto

O parâmetro designado como filosofia de projeto é o registro das palavras-chave que norteiam o conceito geral do trabalho. A ideia de *discrição* como sugerida aqui deve ser entendida como uma concisão formal do objeto e dos rituais envolvidos em sua utilização. Um produto discreto, pouco chamativo (ainda que interessante) é um dos requisitos para os produtos desenvolvidos sob o conceito da marca. Em um outro aspecto, *cosmopolita* se refere a adequação deste mesmo produto a diferentes contextos culturais, um produto que possua uma linguagem acessível e ao mesmo tempo contemporânea.

Tendências e Estilo

Similares ao tópico anterior, as questões estilísticas caminham próximas à filosofia de projeto. Ao mesmo tempo que a observação de tendências se faz presente – como o uso de materiais “nus“, tradicionais – questiona-se se as mesmas estão alinhadas à filosofia de projeto.

Após o detalhamento dos tópicos acima, duas linhas de raciocínio podem ser melhor visualizadas ao longo do mapa do conceito:

público	ambiente	filosofia de projeto	tendências (estilo)	literatura
'feminino'	a casa - a experiência doméstica	'discrição'	'materiais sinceros'	Hillman - 'objeto saudável'
'dinâmico'	mutável -em costante mudança	'cosmopolita'	'concisão formal'	Baudrillard - 'objeto enquanto modelo'



Fig. 3. Conceito em disposição linear

A disposição linear sugere uma conexão encabeçada pelos termos definidores do público (feminino e dinâmico). Os outros termos podem ser entendidos como desdobramentos desses dois conceitos tidos como principais.

Processo exploratório (desenvolvimentos iniciais)

Com os requisitos e parâmetros acima definidos, tem-se início a fase exploratória. Partindo de sketches e ideias iniciais – que certamente passam por um crivo de adequação à temática do projeto – já são experimentadas técnicas de representação em modelos e a exploração de materiais. A ideia aqui é partir para a realidade do design de produto logo durante o processo inicial de desenvolvimento. É comum o equívoco de pensar o processo de design de modo linear. O que é feito aqui é exatamente o oposto: se pensa em formas tridimensionais e plásticas, através de modelos e pequenas esculturas que serão trabalhadas juntamente com os sketches. Existe assim uma troca entre o processo bidimensional e tridimensional que acaba por aumentar a produtividade de ambas as etapas. Soma-se a isso a experimentação com processos de fabricação e matérias disponíveis: as fases iniciais do projeto já encontram alinhamento junto à realidade de produção e processos fabris.

As ideias apresentadas nesta etapa aqui foram selecionadas de modo bastante livre. O único critério de aprovação utilizado aqui constituiu-se da adequação à proposta da marca inicial, ou seja, que compreendesse um objeto de caráter doméstico, possivelmente um acessório ou pequena peça de mobiliário, ou uma peça/acessório de vestuário.

Os processos de criação e desenvolvimento das peças a seguir não seguem nenhuma ordem específica, e as imagens referentes aos processos de cada objeto não necessariamente se encontram em ordem cronológica. Neste sentido, alguns sketches

podem ter sido gerados de modelos e vice-versa, visto que as etapas alimentam umas às outras.

Ideação I

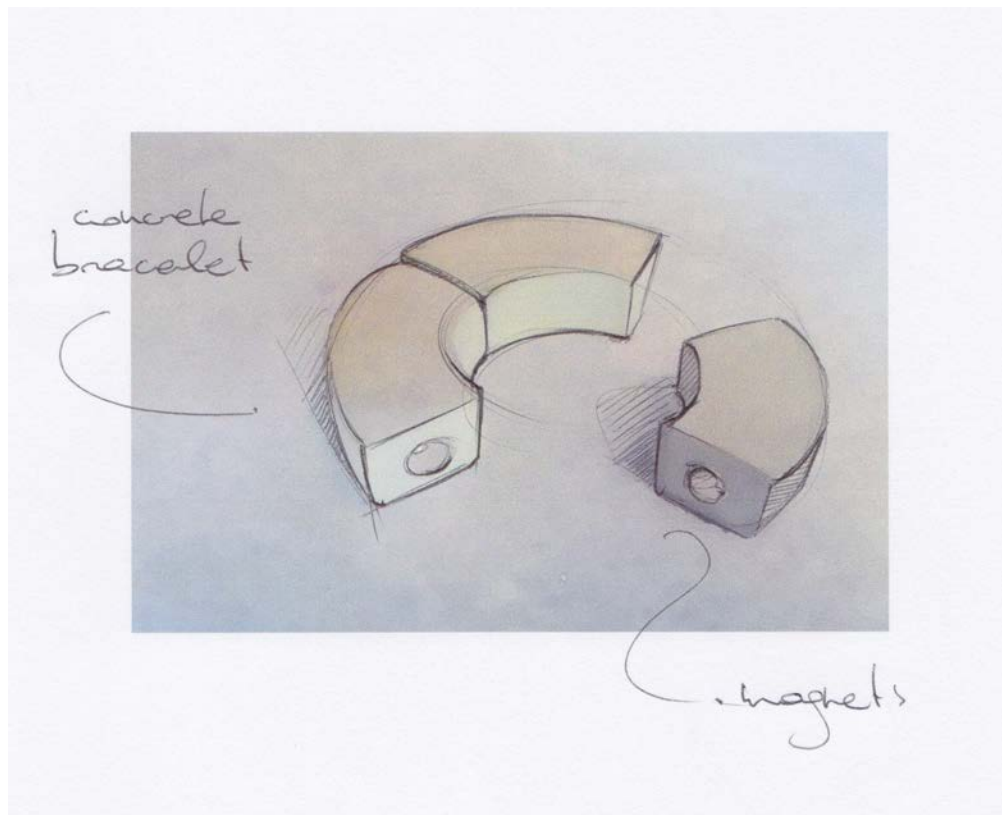


Fig. 4. Bracelete em concreto

O primeiro processo de ideação resultou em uma pulseira (fig. 4) pensada para ser projetada em concreto e vestida através da conexão com ímãs. O acessório pessoal em concreto sugere uma aproximação da matéria básica da arquitetura (e, consequentemente, da casa) com o corpo. A pessoa longe de casa traz então a casa no pulso.

Ideação II

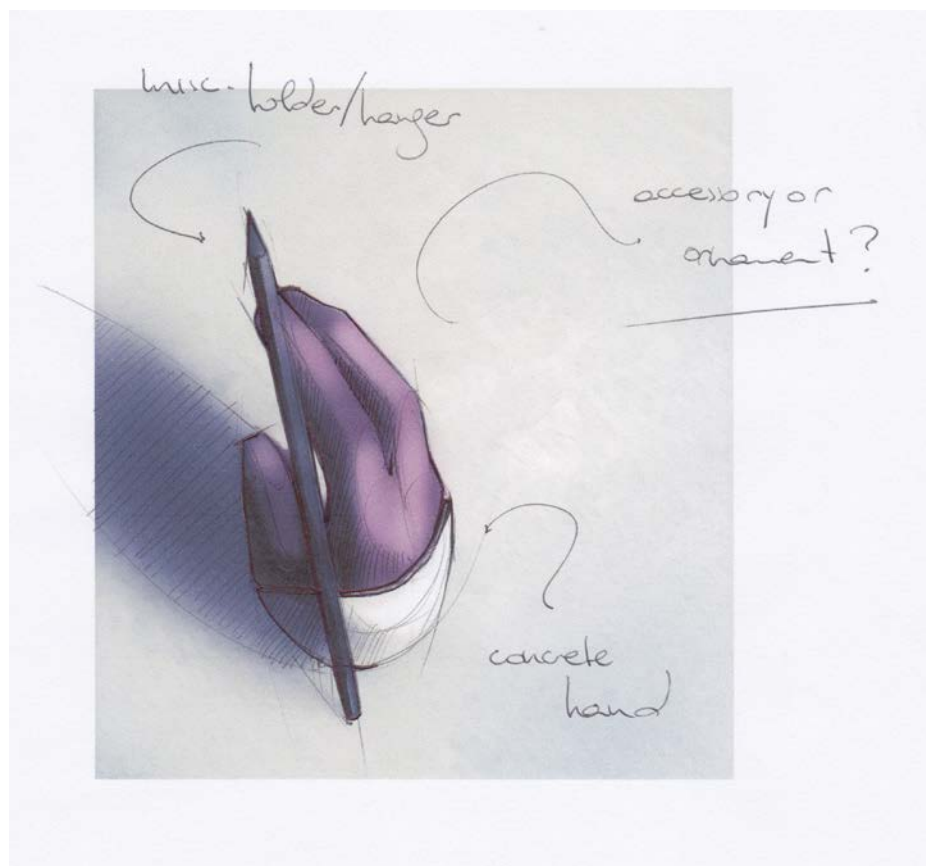


Fig. 5. Apoio multifunção

O apoio multifunção (fig.5) brinca com a ideia do objeto que se confunde com ornamento. Até onde vai a funcionalidade de tal objeto? A forma em mão humana traz a ideia da presença que projetamos em alguns objetos, como se esses fossem uma companhia real.

Ideação III

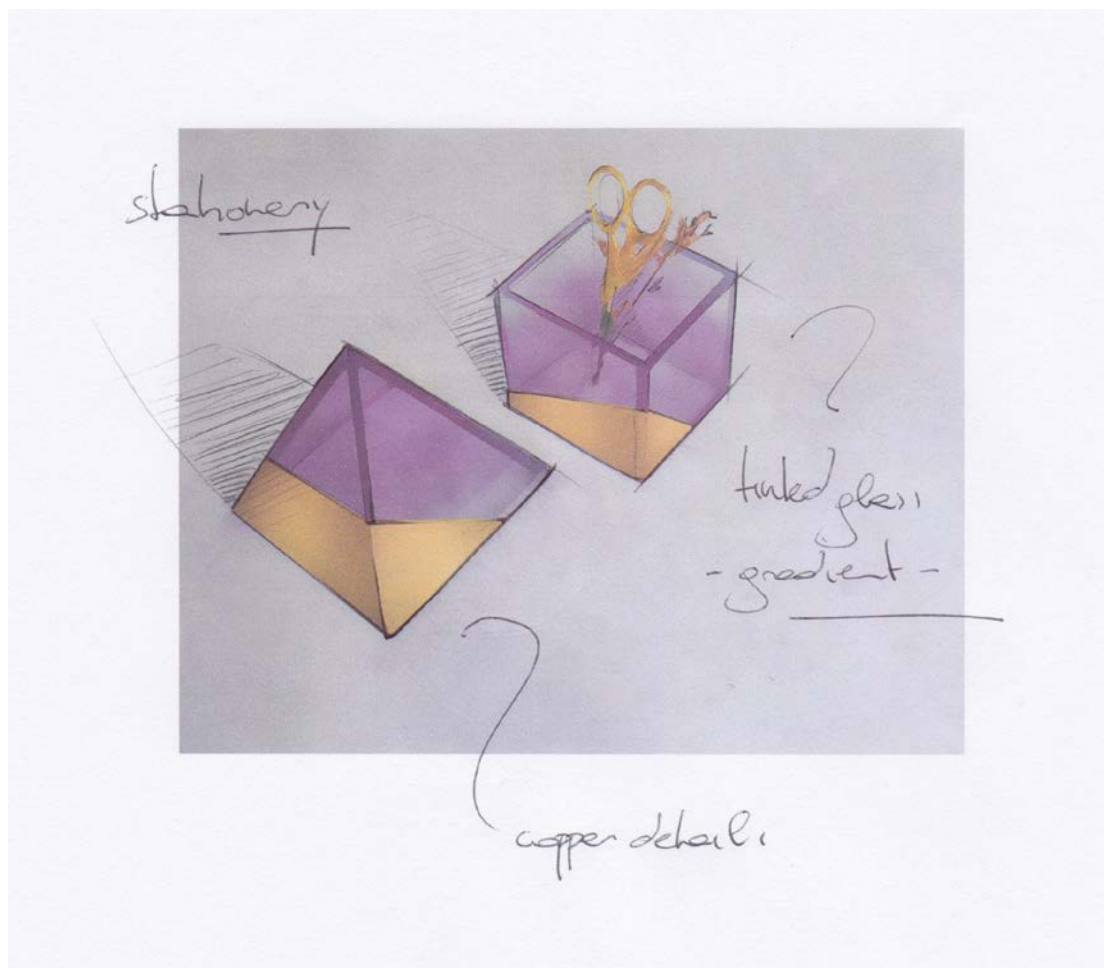


Fig. 6. Organizadores em vidro

As peças em vidro foram desenvolvidas com o material já em mente. A ideia por trás do conjunto é aliar aspectos decorativos com peças básicas que comporiam um ambiente simples e organizado, como um porta canetas/ferramentas por exemplo. A sugestão do vidro teve origem no conhecimento de empresas locais que talvez pudessem fabricar os utensílios, ou seja, o conceito inicial partiu de uma questão puramente logística que pôde ser explorada.

Ideação IV

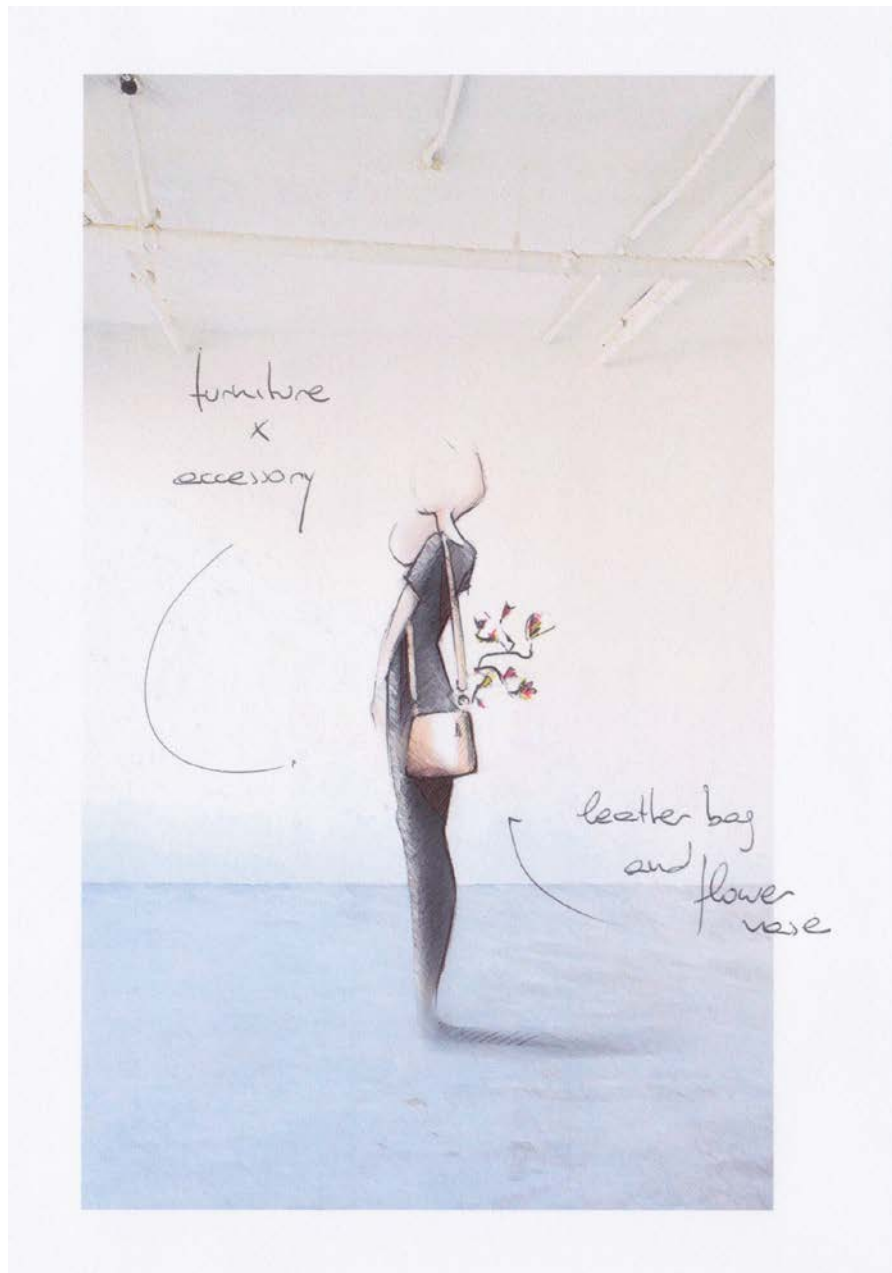


Fig. 7. Bolsa/vaso de flores

Entre as ideias iniciais, a bolsa/vaso de flores (fig. 7) é o objeto que mais acumula os conceitos abordados durante o projeto. Um acessório funcional e ao mesmo tempo de moda, a bolsa já traz associações que fazem desta peça algo particular. Associada ao vaso de flores, uma peça ambígua na funcionalidade mas de carga poética tão

intensa que sintetiza a ideia da privacidade e aconchego domésticos em sua essência. Feminino por natureza e discreto na execução, pode ser entendido por qualquer cultura. É o objeto modelo porque sua funcionalidade e produção ficam comprometidas a uma processo de produção dispendioso. É o objeto harmonioso que traduz calma e tranquilidade, sob à luz da análise psicológica do objeto de Hillman (2009).

Ideação V

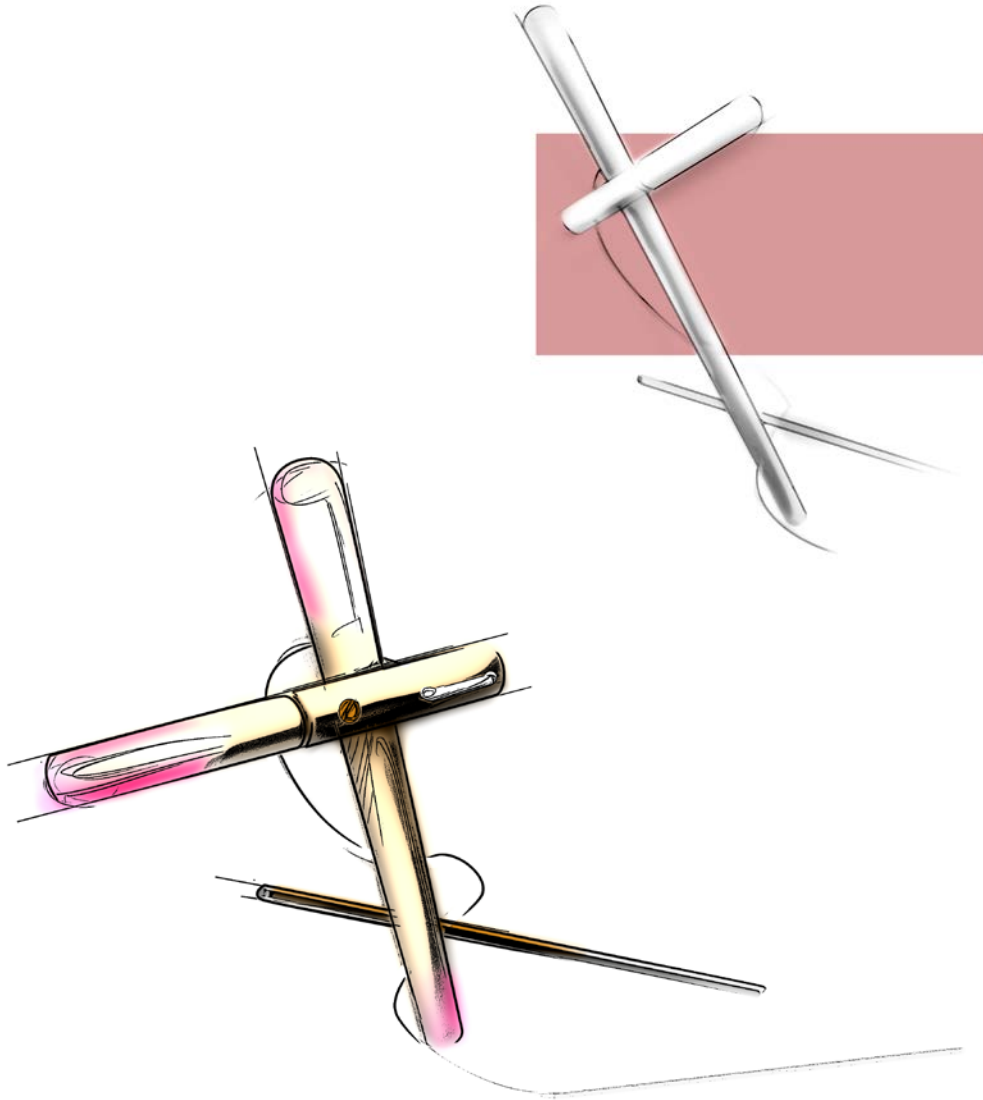


Fig. 8. Sketches finais “Nikki lamp”



Fig. 8.Nikki

O último processo de ideação deu origem à “nikki“, uma luminária de apoio que deve ser sustentada pela parede. A peça faz alusão aos gravetos empilhados por passarinhos na confecção de seus ninhos, característica presente também nos racks para chapéus esboçados no início deste processo de ideação. Confeccionada em materiais acessíveis e sem muito acabamento, a luminária assume um ar discreto, ainda que interessante. O objeto foi pensado para ter o menor número de elementos possíveis, de modo a ser

conciso e simples e facilitando sua desmontagem. O fato da luminária não se apoiar sozinha se dá por dois motivos principais. O primeiro, como mencionado, é a concisão extrema de elementos: a parede faz as vezes do apoio ausente. O segundo motivo é a alusão ao objeto que pode ser carregado, apoiado despretensiosamente aonde for necessário. A simplicidade gera dinâmica e múltiplos usos. Trata-se de um objeto “ideal“, um modelo na concepção de Baudrillard (2012) porque atende à condições também ideais: não é um objeto para ser fabricado em série, mas sim um sugestão de que nossos objetos, se nos convir, podem ser despretensiosamente elegantes, podendo ser utilizados de maneira criativa (apoiado na parede), sugerindo uma construção também criativa da casa (como os gravetos dispostos para a construção do ninho).

“Nikki” é o produto final deste projeto acadêmico.

Conclusões

A experiência de abordar o processo criativo em design promoveu um campo extremamente fértil para o teste de modos de proceder e processos criativos que não podem ser descritos em um relatório acadêmico. Qualquer profissão, se olhada a fundo, é uma profissão criativa e exige do profissional um modo de proceder dinâmico e muito bem embasado em si mesmo e em suas capacidades e entendimentos pessoais. O produto real deste projeto acadêmico não é um objeto, mas sim um conhecimento mais profundo acerca de como o processo em design funciona, ao menos em um nível pessoal.

Bibliografia consultada

BAUDRILLARD, Jean. *O Sistema dos Objetos*. 1. Reimpr. da 5. ed. de 2009 Editora Perspectiva – São Paulo, 2012

FROMM, Erich. *The Heart of Man*. Harper & Row - 1964

HILMANN, James. *O Pensamento do coração e a Alma do Mundo*. Verus Editora – São Paulo, 2009

Very Very Gold Studio. (Fig 1)Disponívelem:.<<http://www.veryverygold.com/>>. Acessoem: 08 de novembro de 2014 data.

Studio Formafantasma. (Fig 2)
)Disponívelem:.<<http://www.formafantasma.com/filter/home/news/>>. Acessoem: 08 de novembro de 2014 data.